



Euro:

Der Euro-Hausputz

Die Euro-Umstellung gilt es als Chance wahrzunehmen, denn auch andere Veränderungen können gleich miterledigt werden. Checkliste und Fallbeispiele helfen bei der Orientierung in Sachen Preisauszeichnung und Formularwesen.

1. Checkliste Euro-Hausputz – Was Sie gleich alles mit dem Euro miterledigen können.

Bei der Vorbereitung auf die Euro-Umstellung ist einer der ersten Schritte, Bereiche des Unternehmens auf ihre Euro-Betroffenheit hin zu „durchforsten“.

Dies ist seit 1.1.1999 erleichtert, da der Euro unsere Währung ist –

auch wenn ihn noch niemand angreifen kann – und Euro-Realfälle auftreten.

Bei diesem – möglichst systematischen – Durchgehen aller Unternehmensbereiche fallen Ihnen – wie beim Hausputz daheim – zwangsläufig Dinge auf,

■ von denen Sie gar nicht wußten, daß Sie sie haben oder tun.

■ die Sie sowieso schon lange ändern oder abschaffen wollten.

Aus unserer Beratungspraxis zeigen wir hier einige Ergebnisse dieses Durchforstens, die zu Hausputzmaßnahmen führten. Die Umstellung auf den Euro kann natürlich auch gemacht werden, ohne diese Dinge zu verändern. Es lohnt sich aber trotzdem, hier etwas zu tun und die von der Euro-Umstellung gebotene Chance zu ergreifen. Der Euro war hier nur der Anlaß für Veränderungen.

| Thema | Euro-Frage | Hausputz-Maßnahme |
|---|--|---|
| 1. Kennzahlen Management-Informationssystem | Welche Kennzahlen werden in Euro und Schilling dargestellt, ab wann ist unser MIS nur mehr in Euro (auch um unsere Manager an den Euro zu gewöhnen)? | Unternehmenseinheitliches Kennzahlensystem Reduktion der verwendeten Kennzahlen. |
| 2. Formulare | Sehen unsere Formulare Währungskennzeichen vor? Wie wird der Euro in unseren Formularen dargestellt, damit es zu keinen Verwechslungen mit dem Schilling kommt? | Ist unser Formularwesen rationell und zeitgemäß? Können wir von gedruckten Formularen auf elektronische Formulare umsteigen? |
| 3. Rechnungen | Wann, wie und wo enthalten unsere Rechnungen den Euro? Ab wann zeichnen wir den Schilling nicht mehr aus? | Neugestaltung des Rechnungsprozesses. |
| 4. Preisdarstellung in Preislisten Katalogen etc. | Kennzeichnung in Euro und Schilling parallel? Ab wann nur mehr in Euro? Ist die Preisdarstellung für den Empfänger lesbar und verständlich? | Neugestaltung der Preislisten, Nutzung elektronischer Medien für die Darstellung von Produkten und Preisen. Neugestaltung der Preispolitik. |
| 5. Produkte | Müssen wir unsere Größen und Einheiten (Inhalte pro Packung, verrechnete Zeiteinheiten) an neue Euro-Schwellenpreise anpassen? | Euro-Produktpolitik |
| 6. Markt | Entspricht unsere Marktbearbeitung den Währungsgrenzen? Bearbeiten wir „Euro-Land“ in 11 Vertriebsgebieten oder als einen Markt? | Anpassung der Marktbearbeitung, Übergang von nationalen Vertrieben auf regionale aber grenzüberschreitende Vertriebsgebiete (z. B. Bayern und Österreich, Nordtirol und Südtirol, Bodenseeregion) |

2. Beispiel für einen Mega-Hausputz im Rahmen der Euro-Einführung: Änderung des Preissystems und Angleichung an europäische Usancen

Abschied vom undurchsichtigen Bruttopreissystem, hin zu den international üblichen Nettopreisen!

In vielen Branchen in Österreich haben sich Hersteller und Kunden an „Bruttopreise“ gewöhnt, mit folgendem Effekt: Preislisten sagen nichts über den tatsächlichen Preis aus, weil mit einer Unzahl an Rabatten vom Bruttopreis „heruntergerechnet“ wird. Der Endverbraucher ist verunsichert, wenn er die österreichischen Preise international vergleicht.

Dies sei an einem Fallbeispiel illustriert¹:

Unternehmen A sieht sich in den unterschiedlichen Ländern derzeit verschiedene Preissystemen gegenüber: In Österreich besteht ein Bruttopreissystem für die Direktkunden, wobei die Bruttopreise mit einer undurchschaubaren Fülle von Rabatten versehen sind. In allen anderen EU-Ländern werden in dieser Branche Nettopreise ausgezeichnet. Dort ist der Preis auf der Preisliste somit auch der effektive Preis, im Gegensatz zu Österreich. In Österreich sind also viele Preislisten nicht ernst gemeint, da sowieso noch irgendein Rabatt „drin ist“.

Das kann aber im zunehmenden internationalen Wettbewerb dazu führen, daß die Händler aufgrund von Preisvergleichen gar nicht mehr die Chance erhalten, ihre Rabatte anzubieten. Ein potentieller Kunde, der die Preise in Übersicht 1 oder 2 vergleicht, wird kaum noch den österreichischen Händler aufsuchen, liegt doch der ausgewiesene Preis um 28 Prozent über dem deutschen. Daß der tatsächliche Endpreis je nach Verhandlungsgeschick in Österreich sogar unter dem deutschen Preis liegen kann, ist vielen potentiellen Kunden nicht bewußt.

Diese unterschiedlichen Preissysteme schaffen zwar etwas, das sich viele Anbieter wünschen: die

Übersicht 1: Beim Lesen der Preisliste bekommen Kunden und Nichtkunden den Eindruck, daß der österreichische Preis weit über dem deutschen liegt. Durch den Euro wird dies noch transparenter.

| | Preis Österreich pro m ² | Preis Deutschland pro m ² |
|--|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Preis laut Preisliste | ATS 38,- | DEM 4,20 |
| Preis laut Preisliste in Euro ² | EUR 2,76 | EUR 2,15 |

Übersicht 2: Der effektive Preis beim Durchschnittskunden liegt in Österreich unter dem deutschen Preis

| | Preis Österreich pro m ² | Preis Deutschland pro m ² |
|---|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Preis laut Preisliste Durchschnittskunden | ATS 29,- | DEM 4,20 |
| Effektiver Preis in Euro | EUR 2,11 | EUR 2,15 |

erschwerter Vergleichbarkeit der Preise.

Sie führen aber andererseits zu einem falschen Bild des tatsächlichen Preisniveaus. Sie können Nichtkunden daran hindern, zu Kunden in Österreich zu werden, und sie sind auch den bestehenden Kunden immer sehr aufwendig zu erklären.

Zwei Tendenzen führen nun dazu, daß die Einführung eines Nettopreissystems vorteilhaft wird, um die Konkurrenzfähigkeit unseres Unternehmens und seiner Konkurrenten in Österreich zu erhalten:

■ Grenzüberschreitende Kooperationen und Firmenkäufe bei den Kunden haben dazu geführt, daß die neuen Eigentümer oder Partner aus EU-Ländern befremdet über die offiziellen Preislisten reagieren, da sie ein Nettopreissystem mit verbindlichen Preisen gewöhnt sind. Der Aufwand, bis die neuen Gesprächspartner in das Rabattsystem „eingeschult“ sind, ist oft enorm.

■ Die zweite Tendenz ist die Einführung des Euro, in deren Zuge verstärkt europaweit Preise verglichen werden. Und bei einem Vergleich laut Übersicht 1 steht unser Unternehmen als Preistreiber da, obwohl es ja – siehe Übersicht 2 – effektiv billiger ist! Aber die Chance, dies zu erklären, wird es oft nicht mehr bekommen!

Die Änderung des Preissystems muß gut geplant sein. Jahrzehntelange Gepflogenheiten und die Gewöhnung der Partner daran können nicht einfach mit dem Verschicken einer neuen Preisliste über Bord geworfen werden. Die Partner müssen von den Vorteilen überzeugt werden, die auf der Hand liegen: eine transparente und gerechte Preisfindung, keine „Extras“ für die, die am lautesten schreien.

Dr. Walter Emberger
und Mag. Robert Kromer

 504



Robert Kromer (li) und Walter Emberger

¹ die Beträge wurden geändert, um Rückschlüsse auf das Unternehmen und die Branche zu verhindern

² 1 EUR = ATS 13,7603

1 EUR = DEM 1,95583